

Конкурентоспособность машиностроительных предприятий как объекта стратегического управления

Алексей Кузубов^{1,*}

¹Владивостокский государственный университет экономики и сервиса

Информация о статье

Поступила в редакцию:

22.01.2016

Принята

к опубликованию:

11.04.2016

УДК 332.1(075.8)

JEL L 92, L 60

Ключевые слова:

конкурентоспособность, стратегическое управление, машиностроительные предприятия, конкурентные преимущества.

Keywords:

competitiveness, strategic management, engineering enterprises, competitive advantage.

Аннотация

На основе теоретического исследования выявлено, что стратегическое управление машиностроительными предприятиями имеет смысл только в условиях конкуренции, развитие которой создает условия для повышения конкурентоспособности. Приведены факторы, определяющие нестабильность функционирования предприятий машиностроительной промышленности. Показано, что сложные процессы реформирования промышленной экономики и развитие новых рыночных условий хозяйствования требуют от предприятий новых подходов к организации производственно-хозяйственной деятельности, принципов и методов управления конкурентоспособностью.

Machine-building enterprises competitiveness as an object of strategic management

Aleksey Kuzubov

Abstract

Based on theoretical studies, the article demonstrated that the machine-building enterprises competitiveness management makes sense only in a competitive environment, it is the development that creates conditions for increasing its competitiveness. The author shows the factors determining the instability of the machine-building industry enterprises functioning. Complex processes of reforming the industrial economy and the development of new market economic conditions require new businesses approach to production and business activities, to the principles and methods of the competitiveness management. The current state of production and economic relations of the enterprises in Russia is characterized by a large number of contradictions. Complex processes of reforming the industrial economy and the development of new market economic conditions require businesses to approach to the production organization and to the business activities, to the principles of competitiveness and management practices in a new way. The relationship with the state industrial enterprises, the financial system, suppliers, cus-

*Автор для связи: 690014 г. Владивосток, ул. Гоголя, 41, каб. 1637. Тел.: +7999058014. E-mail: alexseyk@gmail.com

DOI: <http://dx.doi.org/10.5281/zenodo.54929>

tomers and competitors has dramatically changed in the market economy. There is a need to independently solve the problems facing them. The complexity of the competitiveness management system, international cooperation and the globalization of markets require the standardization of its various aspects at the international level. In the end, the increase in the number of regulatory guidance documents, rules, terminologies and international standards greatly simplifies the construction of each enterprise management system, increases the efficiency of using natural resources, labor and capital as the main factors in ensuring the well-being and quality of life. The essence of the strategic management of enterprises competitiveness in the market conditions is in the rational use of existing competitive advantages, identifying and creating the potential benefits.

В современных условиях актуальным является исследование конкурентоспособности с позиций общей теории управления, т. е. рассмотрение конкурентоспособности в качестве управляющего объекта влияет на внутреннее состояние предприятия. Анализ данной категории под таким углом зрения позволит превратить ее из зависимого объекта в управляющий, что обусловит возможность создания методов и инструментов для оперативной адаптации предприятия к рыночной конъюнктуре. Статус конкурентоспособности как управляющего объекта подтверждается тем, что он должен охватить показатели, отражающие влияние как внешних, так и внутренних факторов.

Конкурентоспособность предприятий как объекта стратегического управления – одна из интегральных характеристик, которые используются для анализа положения предприятия на рынке. Чтобы предприятие было конкурентоспособным, необходимо уметь определять и эффективно использовать в конкурентной борьбе его конкурентные преимущества. При этом все усилия должны быть направлены на развитие тех качеств, которые отличают предприятие от потенциальных конкурентов. Высокая конкурентоспособность предприятия является гарантом получения высокой прибыли [1].

Современное состояние производственно-экономических отношений предприятий в России характеризуется большим количеством противоречий. Сложные процессы реформирования промышленной экономики и развитие новых рыночных условий хозяйствования требуют от предприятий новых подходов к организации производственно-хозяйственной деятельности, принципов и методов управления конкурентоспособностью. В рыночной экономике резко изменились отношения промышленных предприятий с государством, финансовой системой, поставщиками, потребителями и конкурентами, а также возникла необходимость самостоятельно решать проблемы, стоящие перед ними, и определять цели своего развития.

Экономическая свобода машиностроительных предприятий в современных рыночных условиях характеризуется, как правило, повышенным хозяйственным риском, который определяется нестабильностью спроса, цен, поведения конкурентов, изменчивостью рыночной конъюнктуры, влиянием случайных факторов неэкономической природы на эффективность принятия управленческих решений [2]. Учитывая высокую степень интеграции России в мировую экономику, необходимо дополнительно к этим факторам включить и фактор влияния процессов глобального, макро- и микроуровней (рисунок).

Научные исследования позволили определить, что анализировать конкурентоспособность предприятий машиностроительной промышленности, формирование механизма стратегического управления ею можно, только поочередно выяснив сущность и значение конкуренции, ведь именно она лежит в основе конкурентоспособности и является определённой для ее понимания.

Существует много различных толкований термина «конкуренция», что свидетельствует о значительном интересе к нему со стороны ученых-экономистов.

Зарубежные исследователи К.Р. Макконнелл и С.Л. Брю считают, что конкуренция – это наличие на рынке большого числа независимых покупателей и продавцов, возможность для покупателей и продавцов свободно входить на рынок и покидать его [3].



Схема функционирования предприятия в условиях конкуренции

Й. Шумпетер определял конкуренцию как соперничество старого с новым, с инновациями [4]. Нобелевский лауреат по экономике 1974 г. Ф. Хайек отмечает, что конкуренция – процесс, с помощью которого люди получают и передают знания [5]. По его мнению, на рынке только благодаря конкуренции скрытое становится явным. М. Портер утверждает, что конкуренция – динамический процесс, развивающийся, непрерывно меняющийся ландшафт, на котором появляются новые товары, новые пути маркетинга, новые производственные процессы и новые рыночные сегменты [6]. Л. Азов под конкуренцией понимает соперничество на каком-либо поприще между отдельными юридическими или физическими лицами (конкурентами), заинтересованными в достижении одной и той же цели [7]. По мнению Р.А. Фатхутдинова, конкуренция –

это процесс управления субъектом своими конкурентными преимуществами для получения победы или достижения других целей в борьбе с конкурентами за удовлетворение объективных или субъективных потребностей в рамках законодательства либо в естественных условиях [8, с.16].

Л.С. Егорова, А.Л. Макарычева охарактеризовали присущие современным отечественным предприятиям следующие уровни управления конкурентоспособностью [9]:

- 1-й уровень – фактор управления рассматривают как «внутренне нейтральный» в условиях слабой конкуренции на внутреннем рынке из-за его ненасыщенности;
- 2-й уровень – производственные управленческие системы «внешне нейтральные», должны полностью соответствовать стандартам, установленным их основными конкурентами на определенном рынке;
- 3-й уровень – эффективность производственных систем определяется не столько внутренними факторами, сколько внешними (качество организации, эффективность систем управления);
- 4-й уровень – предприятия-лидеры, которые осуществляют изменения в управлении, организации производства, в стратегии развития с учетом результатов изучения рынка.

Сложность системы управления конкурентоспособностью, развитие гиперконкуренции, международной кооперации и глобализации рынков требуют стандартизации различных ее аспектов на международном уровне. Увеличение при этом количества нормативно-методических документов, правил, терминологии и норм международного характера значительно упрощает построение каждым предприятием системы менеджмента, повышает эффективность использования природных ресурсов, труда и капитала как главных факторов обеспечения благосостояния и повышения качества жизни. Некоторые нормативно-методические документы, разрабатываемые международными организациями, должны быть обязательными для всех уровней иерархии, в том числе и для машиностроительных предприятий [10].

Следовательно, построение на машиностроительных предприятиях стратегически ориентированного управления конкурентоспособностью требует решения научных и практических задач, таких как:

- формирование концепции управления конкурентоспособным потенциалом предприятий как сложным объектом диагностики, оценки, прогнозирования;
- разработка инструментария оценки собственных конкурентных преимуществ;
- совершенствование технологии управления конкурентоспособностью предприятий, определение содержания функций управления, мотивационных механизмов, направленных на проведение процессов модернизации на предприятии;
- определение методов управления изменениями на предприятии, обеспечивающих быструю адаптацию к нововведениям в условиях модернизации;
- организация процесса формирования и реализации стратегии управления конкурентоспособным потенциалом при модернизации предприятия отрасли.

Процесс стратегического управления конкурентоспособностью машиностроительного предприятия можно представить в виде четырех взаимосвязанных блоков:

- 1) определение основных приоритетов – постановка целей предприятия в области достижения соответствующего уровня конкурентоспособности;

2) определение задач – анализ внешней и внутренней среды функционирования предприятия;

3) разработка стратегии – формирование альтернативных пакетов стратегий, нацеленных на достижение ожидаемого уровня конкурентоспособности предприятия;

4) реализация стратегии – выбор оптимального пакета стратегий и разработка стратегического плана достижения конкурентоспособности предприятия.

Сущность стратегического управления конкурентоспособностью предприятий в условиях рынка весьма многогранна. Это рациональное использование конкурентных преимуществ и наращивание перспективных, выявление и создание потенциальных преимуществ. Сюда входят также оценка, анализ факторов рыночной среды, повышающих или понижающих конкурентоспособность машиностроительного предприятия в процессе его хозяйственной деятельности по производству конкурентоспособной продукции, выборе и реализации соответствующей стратегии и тактики для достижения цели развития.

Исходя из этого можно сделать вывод, что управление конкурентоспособностью предприятий машиностроительной промышленности является системой, которая представляет собой совокупность взаимосвязанных организационных, экономических и административно-правовых рычагов и методов целенаправленного воздействия на объект управления, основанную на реализации имеющихся и потенциальных конкурентных преимуществ, и которая обеспечивает анализ, прогнозирование, планирование и оценку конкурентоспособности предприятия.

Список источников / References

1. Ворожбит О.Ю., Даниловских Т.Е., Кузьмичева И.А. *Теоретические и методологические аспекты обеспечения конкурентоспособности рыбохозяйственной деятельности на Дальнем Востоке России*. Москва, Креативная экономика, 2013. 280 с. [Vorozhbit O.Yu., Danilovskikh T.E., Kuz'micheva I.A. *Teoreticheskie i metodologicheskie aspekty obespecheniya konkurentosposobnosti rybokhozyaystvennoy deyatel'nosti na Dal'nemVostoke Rossii* [Theoretical and methodological aspects of the competitiveness of the fisheries activities in the Far East Russia]. Moscow, Creative economy Publ., 2013. 280 p.]
2. Рябokonь В.П., Кузубов А.А. Управление конкурентоспособностью агропромышленных предприятий. *Экономика АПК*, 2015, № 7, сс. 85–93 [Ryabokon' V.P., Kuzubov A.A. Upravlenie konkurentosposobnost'yu agropromyshlennykh predpriyatiy [Management of competitiveness of the agroindustrial enterprises]. *Journal of Economics of AIC*, 2015, no 7, pp 85– 93.]
3. Макконел К.Р., Брю С.Л. *Экономикс: принципы, проблемы и политика*. В 2-х т. Москва, Республика, 1992. 972 с. [Makkonel K.R., Bryu S.L. *Iekonomiks: printsipy, problemy i politika* [Ekononix: principles, problems and policy]. Moscow, Respublika Publ., 1992. 972 p.]
4. Шумпетер И.А. *Теория экономического развития. (Следование предпринимательской прибыли, капитала, кредита, процента и цикла конъюнктуры)*. Москва, Прогресс, 1982. 455 с. [Shumpeter I.A. *Teoriya ekonomicheskogo razvitiya. (Sledovanie predprinimatel'skoy pribyli, kapitala, kredita, protsenta i tsikla kon'yunktury)* [Theory of Economic Development. (Following of enterprise profit, capital, credit, percent and cycle of an environment)]. Moscow, Progress Publ., 1982. 455 p.]

5. Хайек Ф.А. *Пагубная самонадеянность: ошибки социализма*: пер. с англ. Москва, 1992. 304 с. [Khayek F.A. *Pagubnaya samonadeiyanost': oshibki sotsializma* [Fatal conceit: mistakes of socialism]. Moscow, 1992. 304 p.]
6. Портер М.Э. *Стратегия конкуренции*: пер. с англ. Киев, Основы, 1998. 390 с. [Porter M.E. *Strategiya konkurentsii* [Strategy competition]. Kijev, Osnovy Publ., 1998. 390 p.]
7. Азов Г.Л. *Конкуренция: анализ, стратегия и практика*. Москва, Центр экономики и маркетинга, 1996. 208 с. [Azoev G.L. *Konkurentsiiya: analiz, strategiya i praktika*. [Competition: analysis, strategy and practice]. Moscow, Center of economy and marketing Publ., 1996. 208 p.]
8. Фатхутдинов Р.А. *Конкурентоспособность организации в условиях кризиса: экономика, маркетинг, менеджмент*. Москва, Маркетинг, 2002. 886 с. [Fatkhutdinov R.A. *Konkurentosposobnost organizatsii v usloviyakh krizis: iekonomika, marketing, menegzhment* [The competitiveness of the organization in times of crisis: economy, marketing, management]. Moscow, Marketing Publ., 2002. 886 p.]
9. Егорова Л.С., Макарычев А.А. Управление конкурентоспособностью предприятия. *Вестник Нижнегородского университета им. Н.И. Лобачевского*, 2008, № 6, сс. 316–322 [Egorova L.S., Makarychev A.A. Upravlenie konkurentosposobnost'yu predpriyatiya [Management of competitiveness of the enterprises]. *Vestnik Nizhegorodskogo universiteta im. N.I. Lobachevskogo*, 2008, no 6, 316–322 p.]
10. Осипов В.А. Роль машиностроительного производства в формировании городов на Дальнем Востоке. *Проблемы размещения высокотехнологичного производства в малых городах Дальнего Востока* (Россия, г. Большой Камень, 17–18 июня 2013 г.). Владивосток, ДВФУ, 2013, сс. 115–121 [Osipov V.A. Rol' mashinostroitel'nogo proizvodstva v formirovanii gorodov na Dal'nem Vostoke [Role of machinebuilding production in formation of the cities in the Far East]. *Problemy razmeshcheniya vysokotekhnologichnogo proizvodstva v malykh-gorodakh Dal'negovostoka Rossii* (Russia, Bolshoi Kamen, 17–18 June 2013). Vladivostok, DVFU Publ., 2013, pp. 115–121.]

Сведения об авторе

Кузубов Алексей Алексеевич, канд. экон. наук, доцент кафедры международного бизнеса и финансов Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. 690014 г. Владивосток, ул. Державина, 59, к. 332. E-mail: alexceyk@gmail.com.

Aleksey A. Kuzubov, Candidate of Economics. Vladivostok State University Economics and Service, Department International Business and Financial, Assistant Professor. 41 Gogolya str., office 1637, 690014, Vladivostok, Russia. E-mail: alexceyk@gmail.com.